Sprache im Fernsehen

Podiumsgespräch mit Reinhard Appel, Uwe Förster und Erich Straßner

Moderation: Hans Bickes

HANS BICKES

Einleitende Bemerkungen¹

An die Stelle der Rede vom „Homo sapiens“ und vom „Homo ludens“ könnte diejenige vom „Homo televidens“ treten. Es gibt offenbar eine folgerichtige Weiterentwicklung vom „Homo ludens“ hin zum „Homo televidens“: Wo die Freizeit wächst, nimmt auch die Neigung zu, zuviel fernzusehen.²

1986 galten für die Bundesrepublik beispielsweise die folgenden Zahlen:³

- 30 Prozent der Erwachsenen sehen pro Woche knapp 30 Stunden fern;
- 30 Prozent der Kinder sehen pro Woche knapp 20 Stunden fern;
- in 30 Prozent der Haushalte in der Bundesrepublik läuft das Fernsehgerät ca. 36 Stunden pro Woche.

Bei den 12- bis 13jährigen dominiert das Fernsehen, verglichen mit sonstigen Medien, absolut. Über 80 Prozent der täglichen Medienkontakte entfallen aufs Fernsehen und nur 30 Prozent auf das gedruckte Wort. Eineinhalb Stunden täglich verbringt die Gruppe der 25- bis 29jährigen vor dem Fernseher, 45 Minuten werden für gedruckte Medien aufgebracht. Und auf 100 Haushalte kommen 138 Fernsehgeräte.

Sehr lebendig und anschaulich hat der amerikanische Medienkritiker Neil Postman vorgeführt, daß das geschriebene Wort eine tragende Säule der Kultur unseres Zeitalters und unserer Zivilisation ist. Innerhalb weniger Jahrzehnte sind die Schrift- und Druckmedien ihrer herausgehobenen Stellung in der Welt der Kommunikation, insbesondere der Massenkommunikation, enthoben worden und müssen sich ihren Platz mit Funk und Fernsehen und neuerdings auch anderen elektronischen Medien teilen. Es

¹ Der Charakter des mündlichen Vortrags ist beibehalten worden.

² Relativ zu definierten Bezugsgrößen, vgl. MEDIA PERSPEKTIVEN, Bd. 4: „Die Vielseher“, Metzner Verlag, Frankfurt am Main, 1985.

³ Vgl. Bodo Franzmann, „Bücher: mehr Unterhaltungsimagen“, BuchMarkt 3/1986, S. 171-183.

stellt sich die Frage, inwieweit es angesichts dieser Entwicklung zu tiefgreifenden Änderungen unseres kulturellen Selbstverständnisses kommt und inwieweit sich unsere Weltsicht den neuen Medien anpaßt – bzw. bereits angepaßt hat. Es ist ferner zu prüfen, inwiefern es gelungen ist, die Tradition des gesprochenen und geschriebenen Wortes in einer angemessenen Form in die audiovisuell ausgerichteten jüngeren Medien zu integrieren.

Zweifel daran sind angebracht, daß die germanistische Sprachwissenschaft methodologisch auf die Analyse der neuen „Bildmedien“ und ihrer gesellschaftlichen Auswirkungen, insbesondere im Bereich sprachlicher Kultur, hinreichend vorbereitet ist. Das Anwendungsfeld linguistischer Methoden *par excellence* waren und sind die gesprochene und die geschriebene Sprache. Phonetik, Phonologie, Syntax, Semantik und Pragmatik sind hier gut erforscht. Mit dem Instrument der Sprachkritik ist es im Rahmen handlungstheoretisch und kognitionspsychologisch orientierter Linguistik möglich, über den Strukturaspekt des Sprachsystems hinaus auch Intentionen der Sprachproduzenten offenzulegen. Ihre Motive und Strategien zur Durchsetzung ganz bestimmter Interessen werden durchsichtiger. Der wissenschaftliche Diskurs über den Diskurs hat so die politische Dimension zurückgewonnen, eine Dimension, die ihm in der strukturalistischen Epoche fremd zu werden drohte.

Nun unterläuft jedoch der fordernde und emotional vereinnahmende Eintritt des visuellen Elementes in die Kommunikationswelt den engen Sprachbegriff einer aus literaturwissenschaftlicher Tradition erwachsenen Germanistik; allenfalls die Semiotiker und Kommunikationstheoretiker waren auf die Ära der heute allgegenwärtigen Bildsprache vorbereitet. In der germanistischen Sprachwissenschaft hat man – abgesehen von Ausnahmen – relativ spät auf die durch die moderne Kommunikationselektronik verursachten Revolutionen reagiert. Viele Linguisten, die in der Tradition de Saussures und Martinets stehen, bezweifeln, daß im Hinblick auf die Montage von Bildern zu filmischen Sequenzen bereits von einer (eigenständigen) Form von Sprache gesprochen werden kann⁴ und ob die Zuständigkeit der Sprachwissenschaft in diesem Bereich anzuerkennen ist. Sprachwissenschaftliche Untersuchungen, die den Zusammenhang zwischen Bildsprache und Wortsprache im Detail analysieren, sind deshalb nach wie vor selten, ebenso jene, die den Beitrag

⁴ Klaus Heger, Heidelberg, wehrte sich bsp. in einem Gespräch nach der Podiumsdiskussion gegen die Verwendung der Bezeichnung „Bildsprache“, unter Hinweis auf das Kriterium der „double articulation“. Eine gegenteilige Auffassung wird bereits 1962 von J.W. Peters in der Zeitschrift „Publizistik“, Heft 4, S. 195-204 dargelegt.

des Klangs, der Musik zu den zeichenhaften Prozessen im Medium Fernsehen aufarbeiten. Ein integrativer Ansatz, der von einem ganzheitlichen, audiovisuellen Kommunikationsprozeß ausgeht, ist jedenfalls erst in Anfängen zu erkennen. Dabei gilt natürlich in der Fernsehkommunikation in besonderem Maße, daß der Kommunikationsprozeß als ganz anders, mehr ist als die Summe der ihn konstituierenden Einzelprozesse auf sprachlicher, auf bildlicher und auf klanglicher Ebene.

Bei der Diskussion des Themas „Sprache im Fernsehen“ zu berücksichtigen ist sicherlich auch die besondere Situation des Produzenten-Rezipienten-Verhältnisses, welche den Hintergrund der audiovisuellen Zeichenprozesse bildet und die dazu berechtigt, von Massenkommunikation zu reden – Adorno hätte vielleicht lieber von einer „Kommunikationsindustrie“ gesprochen. Und Adorno hätte wahrscheinlich befürchtet, daß die Kommunikationsmuster, die diese Kommunikationsindustrie täglich hervorbringt, das Individuum und seine diskursive Autonomie mißachten. Nicht abwegig ist ferner die Vermutung, daß eine vorgefertigte, von den Medien millionenfach verstärkte audiovisuelle Form einer den ganzen Menschen erfassenden Sprache den Verlust an Individualität beschleunigt und eine industriell vorgefertigte Identität begünstigt. Durch das Fernsehen wird eine Gesprächswelt aufgebaut, die über weite Strecken Scheingespräche enthält: zwischen wenigen (von bestimmten Interessen geleiteten) Produzenten einerseits und Millionen von passiven, der Möglichkeit der gleichrangigen Gegenrede beraubten Rezipienten – oder besser: Konsumenten – andererseits. Das Gespräch, das nach Hölderlin „wir Menschen sind“⁵, gerät, kommunikationstheoretisch gesehen, so im Grunde zum Monolog. Wie dieser „Monolog“ zustande kommt, nach welchen Kriterien die Auswahl des Dargestellten getroffen wird – sei es im Bereich der Information oder der Unterhaltung (sofern beide überhaupt noch getrennt werden) –, bleibt größtenteils der Phantasie des Rezipienten überlassen. Die Asymmetrien in der Kommunikationsstruktur Fernsehanstalt – Zuschauer können auch durch noch so lebendige Talkshows unter Mitwirkung ausgewählter (von wem?) Bürger nur bedingt abgemildert werden, sie liegen in der Natur des Mediums selbst begründet.

⁵ Vgl. die dritte Fassung der Christushymne „Versöhnender ...“